

Ⅱ 本市を取り巻く環境

1 近年の観光市場の動向

◆量から質への転換

高度経済成長期以降、これまで多くの観光客を誘客しようという動きがありましたが、その結果、各地域では観光客が押し寄せ、地域の生活や観光体験の質が悪化してしまう状況になっています。これからの観光は、大勢の観光客を誘客する形から、じっくり滞在してもらう、また来てもらうといった「質」への転換が求められます。この転換によって、大きな経済効果がもたらされます。



◆高品質・特別感等への嗜好の変化

平成以降、観光客の傾向として、「団体旅行」から「個人旅行」へのシフトが進んでいます。そして、コロナ禍においては、それが顕著になっており、今後は、人となるべく接触せず、プライベートな空間(グランピングや1棟丸ごと貸し切り、マイカー旅行等)での滞在や訪問を求める傾向が高まることが推測されます。



◆安全・安心な観光地域づくり

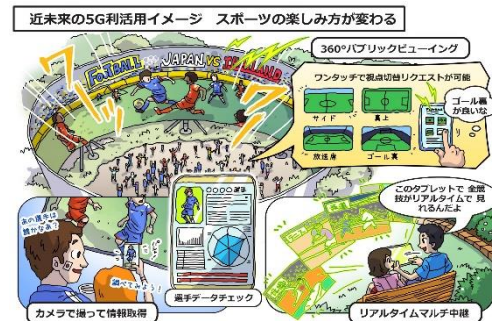
新型コロナウイルス感染拡大の影響で、観光需要が大きく落ち込んでいます。これから観光客に旅行先として選ばれるためには、感染防止の対策を行い、観光客、そして市民にとって、安全・安心な観光地域づくりが今まで以上に求められるといえます。

コロナ収束までの期間、訪れる人、迎える人が安心して過ごすことができる地域づくりが必要不可欠となります。



◆ITの活用による新たな展開

次世代インフラ「5G」の普及やAIの進展によって、市民、そして観光客の生活は大きく変化していくことが推測されます。観光客に選ばれる地域となるためには、このような最先端技術にも対応していくことが求められます。(下図:出典 総務省)



◆マイクロツーリズムからの展開

新型コロナウイルス感染拡大が収束した後の旅行について、観光客アンケートでは「すぐにでも行きたい」、「少し時間が経ってから行きたい」というニーズがあるものの、居住都道府県内や隣接する都道府県が半数を占めており、近場への旅行を志向するマイクロツーリズムの傾向が高くなりつつあります。

当面、様々な接触を避けた観光行動が主流になることが推測されます。

＜新型コロナウイルス感染拡大が収束し、各種制限が解除された後の旅行計画について＞

山口県・広島県・福岡県
各 200 人対象

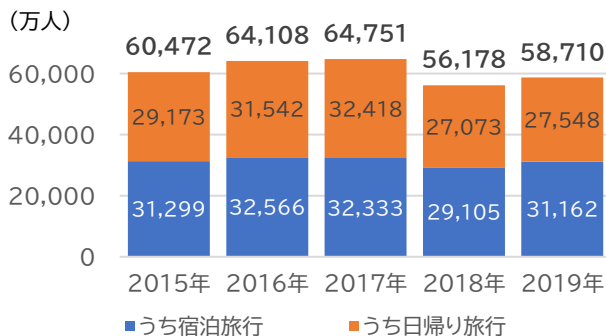
	すぐにでも行きたい	少し時間が経ってから行きたい	完全にコロナウイルス感染拡大が収束したことを確認したら行きたい	行かないと思う
1. 海外(n=600)	7.3	4.5	29.0	59.2
2. 遠方の都道府県(n=600)	11.0	17.5	46.3	25.2
3. 隣接する都道府県(n=600)	18.2	32.0	31.0	18.8
4. 居住都道府県内(n=600)	33.5	26.7	21.3	18.5

2 新型コロナウイルス感染拡大以前の国の観光動向

◆日本人はどのくらい旅行しているの？ 出典：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

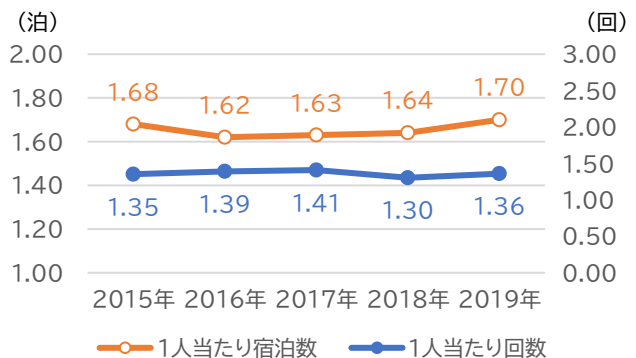
再び増加傾向

2019年度 58,710万人
～宿泊旅行が回復～



近年微増傾向

宿泊数がやや増加
～滞在時間がやや増加傾向～

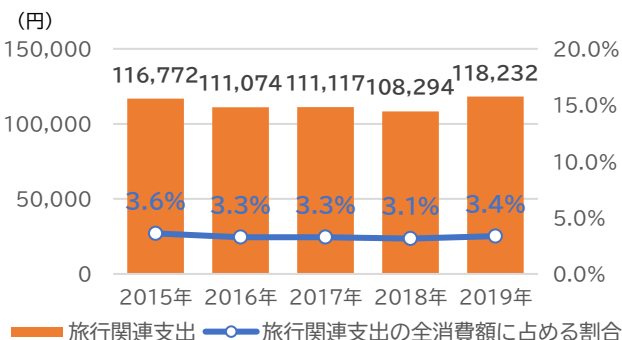


◆国内宿泊旅行の年間消費額は？

出典：総務省「家計調査」

旅行関連支出増加

全消費額に占める割合も増加
～余暇を楽しむこと～

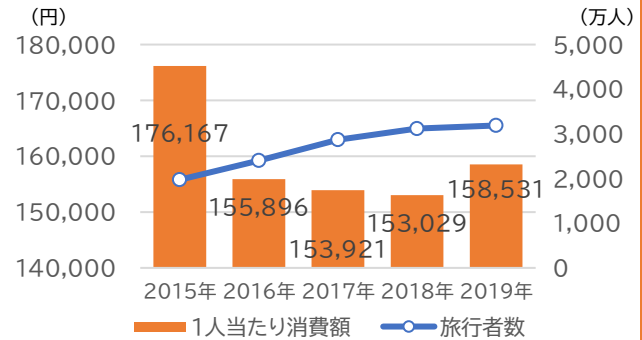


◆訪日外国人はどのくらい来ているの？

出典：日本政府観光局

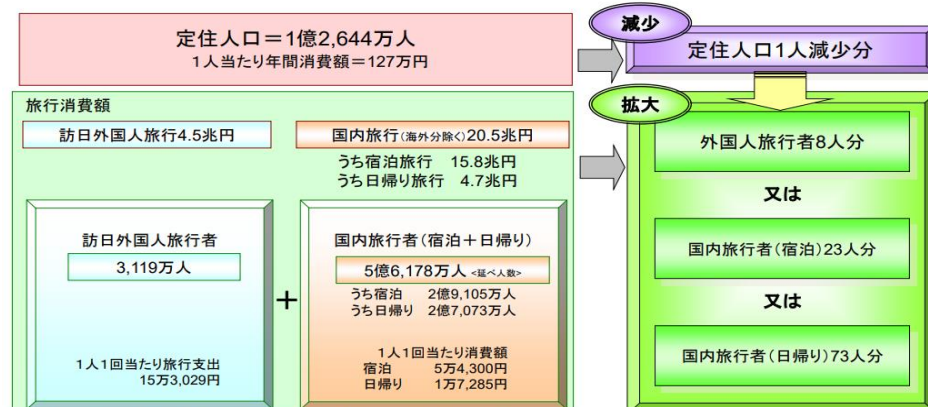
旅行者数は増加

1人当たり消費額は伸び悩み
※2020年は、新型コロナウイルス感染拡大によって激減の見込み



～コラム(観光交流人口増大の経済効果)～

定住人口1人当たりの年間消費額(127万円)は、旅行者の消費に換算すると、外国人旅行者8人分、国内旅行者(宿泊)23人分、国内旅行者(日帰り)73人分に相当します。

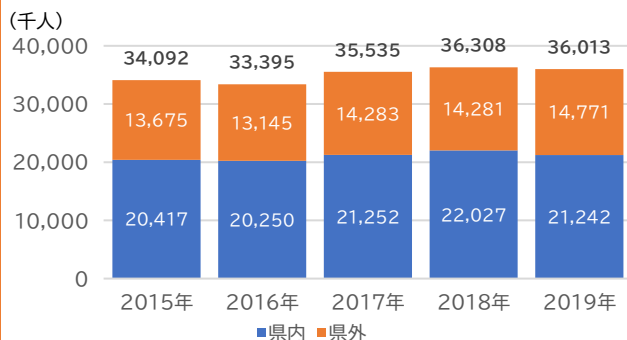


出典：国土交通省「地域の活性化にかかる観光庁の諸施策について」

3 新型コロナウイルス感染拡大以前の山口県の観光動向 出典:山口県の宿泊者及び観光客の動向について

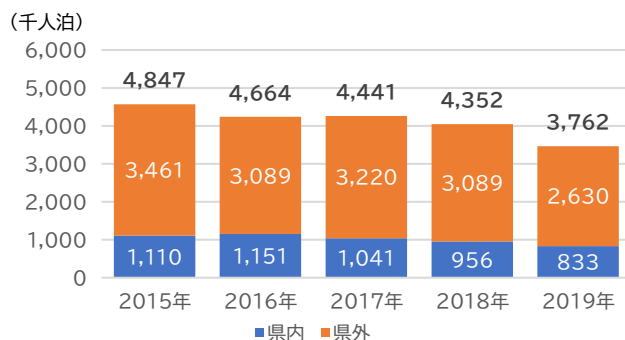
◆山口県にはどのくらい観光客が来ているの？

観光客数は横ばい
県外からの観光客が増加傾向



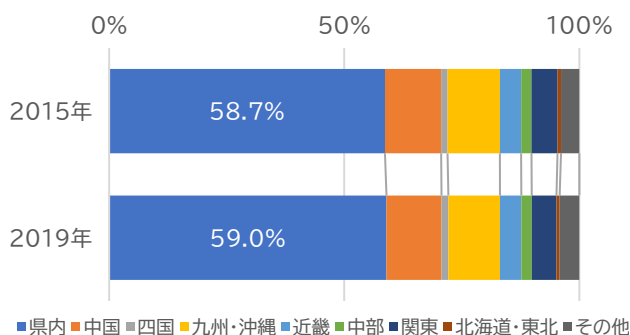
◆山口県にはどのくらい宿泊しているの？

宿泊者数は減少
県内観光客減少傾向
さらに県外観光客も減少



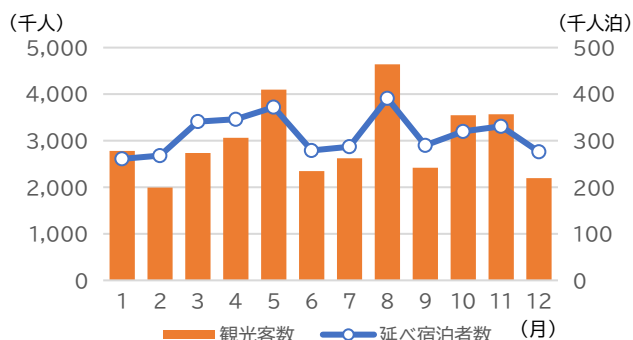
◆どこから観光客が来ているの？

県内からの観光客が半数
次いで中国地方、
九州・沖縄地方



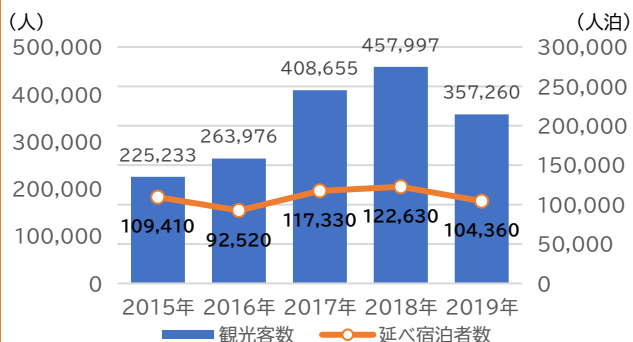
◆いつ観光客は来ているの？

5月・8月が繁忙期
2月・6月・7月・9月・12月の
観光客は少ない



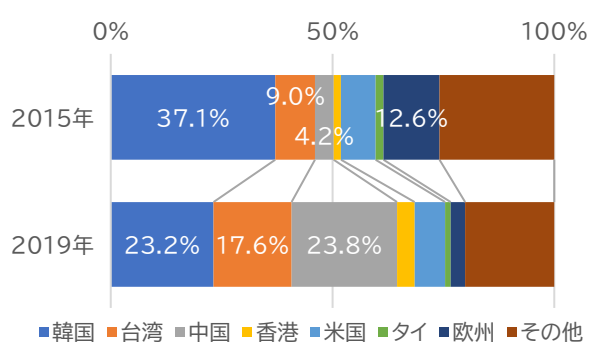
◆外国人はどのくらい来ているの？

近年減少傾向
2018年までは増加
2019年に減少に転じる



◆どこの国・地域からが多いの？

韓国・中国が占める
韓国との社会情勢の悪化
中国の入込の増加



4 新型コロナウイルス感染拡大以前の本市の特徴

(1)本市の概要

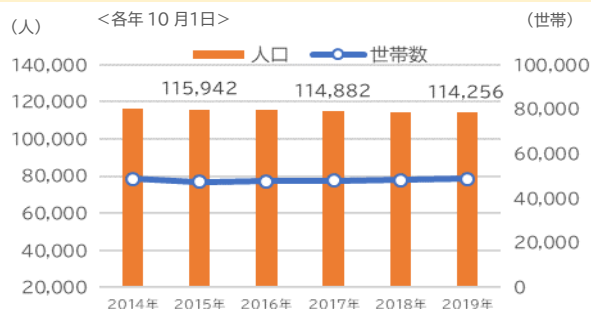
◆どのくらいの人口がいるの？

出典：住民基本台帳

年々総人口数は減少

世帯数は増加傾向

山口県内での2014年人口増加率は4番目



<山口県内他市町との比較(2019年度)>

		2019 年		2014 年比	
		人口	世帯数	人口	世帯数
1	下松市	56,634	24,928	102.7%	107.2%
2	和木町	6,238	2,679	100.8%	102.6%
3	山口市	194,990	87,315	100.1%	105.2%
4	防府市	114,256	48,812	98.3%	99.9%
5	山陽小野田市	60,925	26,186	96.9%	101.5%
6	宇部市	164,325	73,671	96.6%	100.0%
7	周南市	139,829	62,344	96.3%	100.4%
8	光市	49,686	21,182	96.2%	99.5%
9	田布施町	14,753	6,137	95.6%	99.3%
10	下関市	257,038	116,168	94.9%	97.8%

※上位 10 位のみ記載

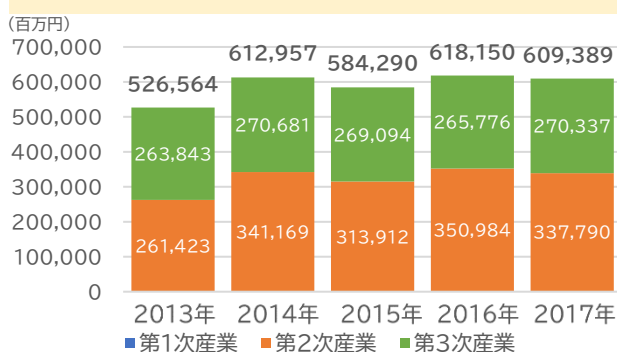
◆産業別の総生産額はどのくらいなのか？

出典：防府市統計書

総数は微増傾向

第2・3次産業が大半を占める

山口県内における総生産額は5番目



<山口県内他市町との比較(2017年度)>

		総額(百万円)	第1次産業	第2次産業	第3次産業
1	周南市	974,086	0.2 %	55.7 %	44.0 %
2	下関市	962,309	1.0 %	29.1 %	69.9 %
3	山口市	828,504	0.7 %	14.4 %	84.8 %
4	宇部市	640,298	0.4 %	32.6 %	67.0 %
5	防府市	609,389	0.2 %	55.4 %	44.4 %
6	岩国市	543,268	0.4 %	39.2 %	60.4 %
7	山陽小野田市	369,759	0.5 %	63.0 %	36.4 %
8	光市	357,039	0.1 %	71.4 %	28.4 %
9	下松市	273,080	0.1 %	46.4 %	53.4 %
10	和木町	187,613	0.0 %	89.0 %	11.0 %

※上位 10 位のみ記載

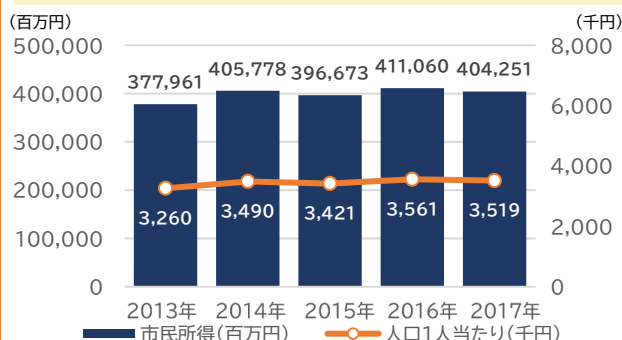
◆市民所得はどのくらいなのか？

出典：防府市統計書

人口1人当りは微増傾向

市民所得は横ばい傾向

山口県における人口1人当りは5番目



<山口県内他市町との比較(2017年度)>

		人口1人当たり(千円)	総額(百万円)
1	周南市	4,538	647,078
2	和木町	4,039	25,541
3	山陽小野田市	3,607	223,328
4	下松市	3,526	199,328
5	防府市	3,519	404,251
6	山口市	3,317	651,772
7	宇部市	3,240	541,300
8	光市	3,069	155,256
9	下関市	3,049	800,861
10	周防大島町	1,712	27,925

※上位 10 位のみ記載

(2)統計データからみる本市の観光

出典:山口県の宿泊者及び観光客の動向について

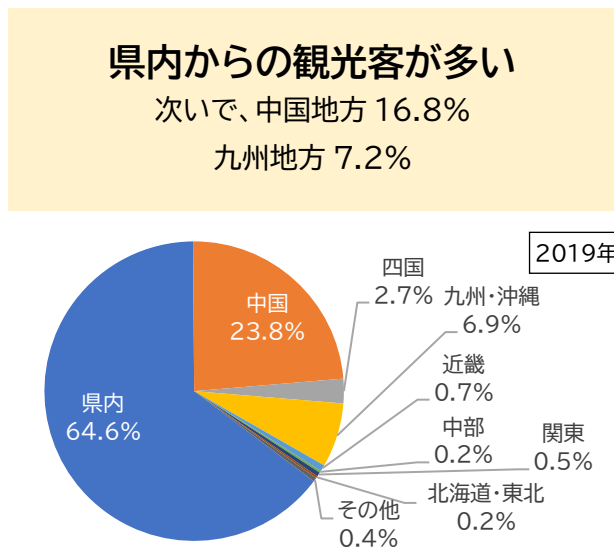
◆どのくらいの観光客が来ているの？



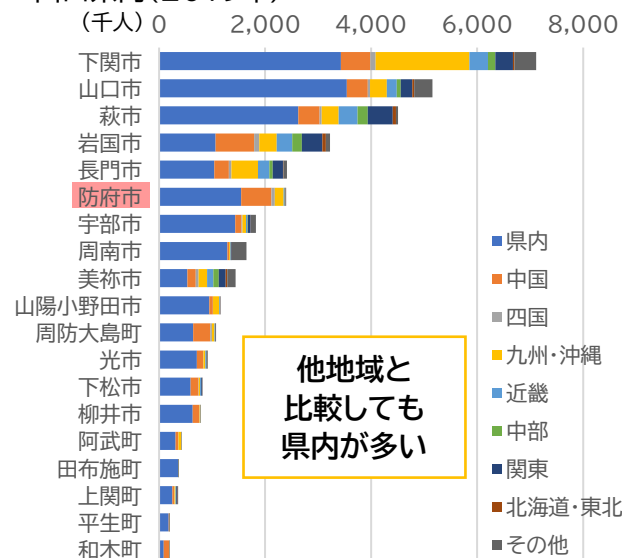
<山口県内(2019年)>



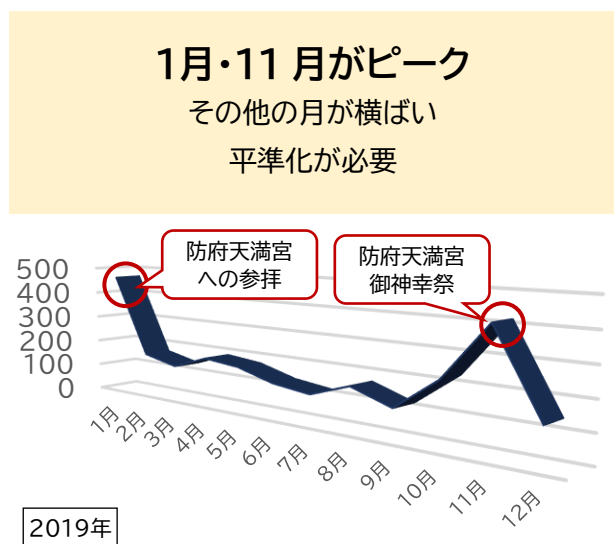
◆観光客はどこから来ているの？



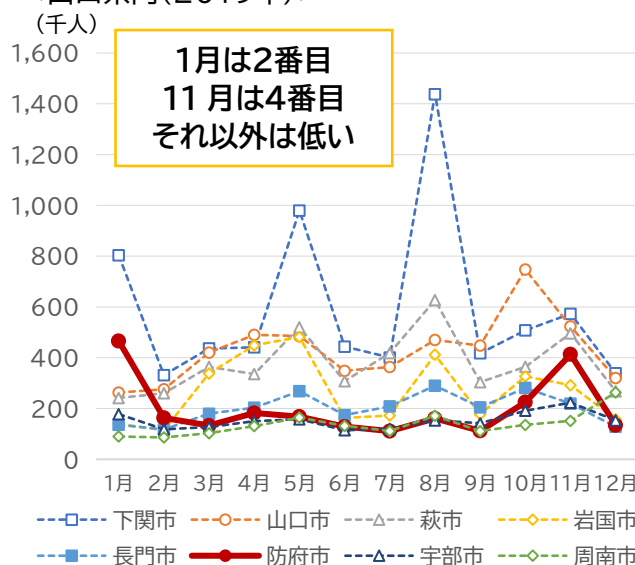
<山口県内(2019年)>



◆観光客はいつが多いの？



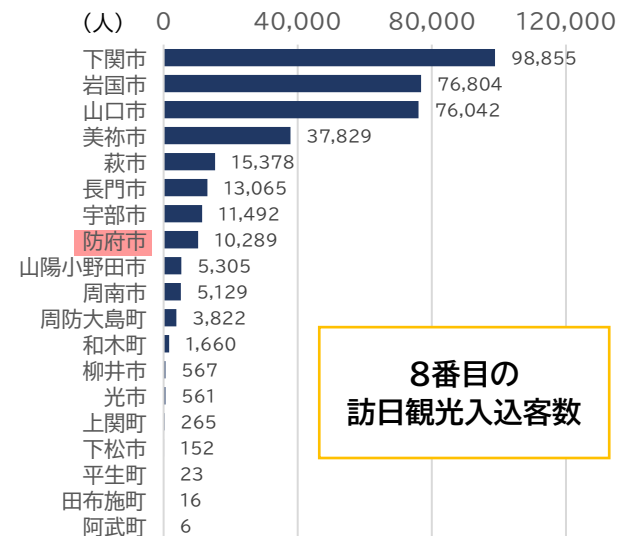
<山口県内(2019年)>



◆どのくらいの外国人が来ているの？



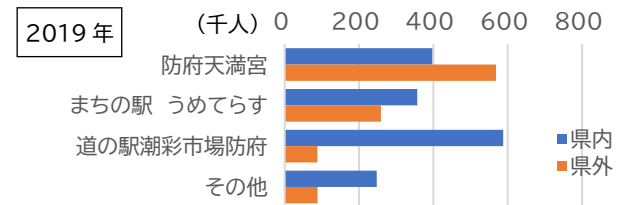
<山口県内(2019 年)>



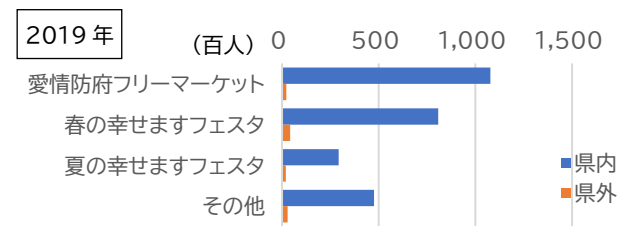
8番目の
訪日観光入込客数

◆観光客はどこに行っているの？

県内は、道の駅潮彩市場防府
県外は、防府天満宮
その他の施設等への回遊性が希薄



県内の観光客が楽しむイベント
県外への PR・認知不足



<山口県内(2019 年)>

[観光地](多い順)

市町村名	観光地	合計(人)
萩市	萩地域道の駅(3店)	1,510,574
下関市	道の駅「北浦街道豊北」	1,016,181
防府市	防府天満宮	965,539
山口市	湯田温泉	939,196
山口市	公園(スポーツ)	855,900
宇部市	ときわ公園	778,004
周南市	歴史・文化施設	731,464
長門市	センザキッチン	718,620
防府市	道の駅「潮彩市場防府」	675,779
美祢市	秋芳洞、秋吉台	651,600
山口市	道の駅「仁保の郷」	635,487
岩国市	錦帯橋	620,301
下関市	しものせき水族館「海響館」	616,219
防府市	まちの駅 うめてらす	615,632
下関市	道の駅「蛸街道西ノ市」	601,769

(参考)

防府市	毛利氏庭園・毛利博物館	50,849
防府市	周防国分寺	37,390
防府市	阿弥陀寺	50,450

[イベント](多い順)

市町村名	観光地	合計(人)
下関市	イベント等	2,171,033
山口市	イベント	557,226
萩市	イベント	488,625
周南市	地域のイベント	358,000
岩国市	桜花見	230,000
宇部市	イベント	165,681
岩国市	日米親善デー	165,000
岩国市	錦川水の祭典	120,000
防府市	愛情防府フリーマーケット	110,000
岩国市	岩国まつり	100,000
柳井市	柳井金魚ちょうちん祭り	91,000
防府市	春の幸せますフェスタ	84,990
光市	光花火大会	83,000
下松市	下松タウンセンター	79,525
柳井市	お菓子工場 工場祭	75,000

(3)事業者等へのヒアリングからみる本市の観光（詳細については、資料編 p.46 を参照）

◆地域資源

**山・海・川・平野が織りなす
多彩な自然環境**
今後活用する余地あり

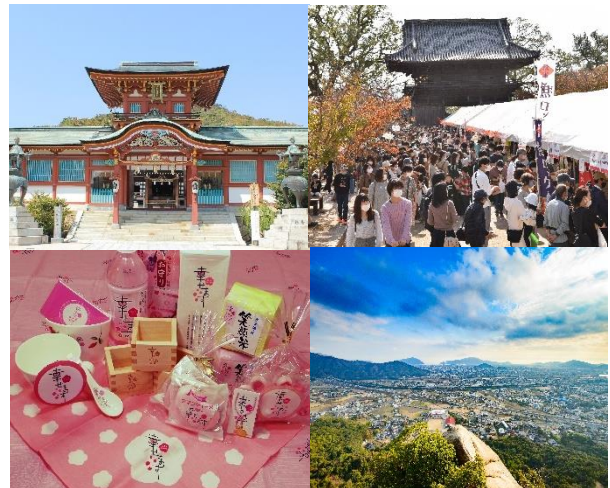
**防府天満宮をはじめとした
誇れる歴史文化**
最近、若者にも注目されつつある

体験するコンテンツが不足
最近、希少価値の高いコンテンツが生まれ、
今後もターゲットに応じた展開へ

イベントへの来訪から滞在へ
イベントは大盛況であるが、
宿泊等の滞在、消費へ寄与していない

防府らしいお土産が不足

開発コスト等が課題
一方、「幸せます」商品の売れ行きは好調



◆受入環境

ビジネス利用が多い宿泊業
観光客は、湯田温泉等の温泉地に宿泊
古民家等を活用した宿泊施設オープン

飲食店同士の連携が強い
ブランド化された鰻料理
夜の飲食店の利用が乏しい

観光客目線での環境整備
市外からのアクセスが不便
地域内交通の利便性も低い

インバウンド誘客に向けた展開
福岡・広島間の通過が多く、立寄りには少ない
インバウンド誘客への理解が乏しい

観光に対する理解の醸成

地元事業者・住民の参画が不十分
防府市の魅力が理解されていない



◆情報発信・プロモーション

「幸せます」の浸透
市内では浸透
一方、市外には上手く認知されていない

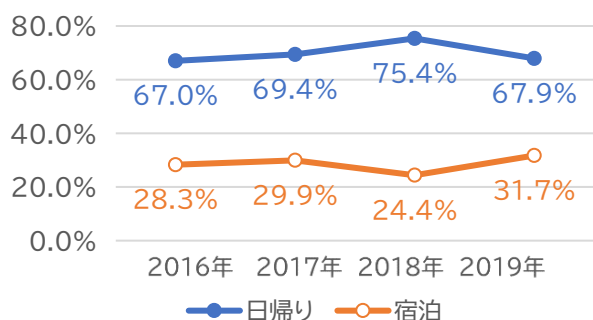
防府市の魅力の発信
防府市の各地域固有の魅力があるにもか
かわらず、上手く伝えられていない



(4)本市に訪れている観光客からみる本市の観光（詳細については、資料編 p.47 を参照）

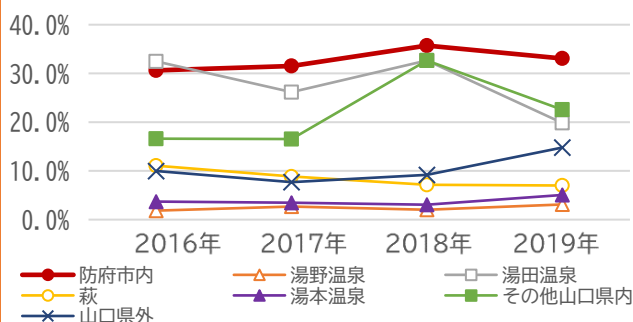
◆観光客の旅行形態は？

約7割が日帰り客である



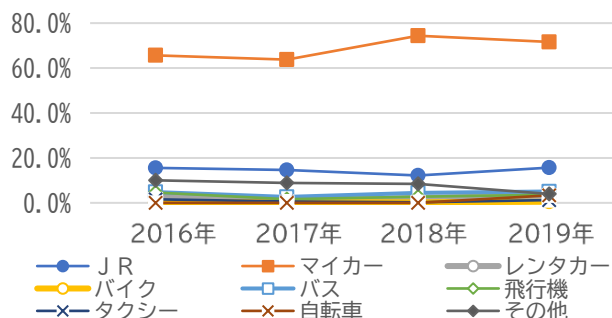
◆どこに宿泊する観光客が多いの？

防府市内、湯田温泉、
その他山口県内での宿泊が多い



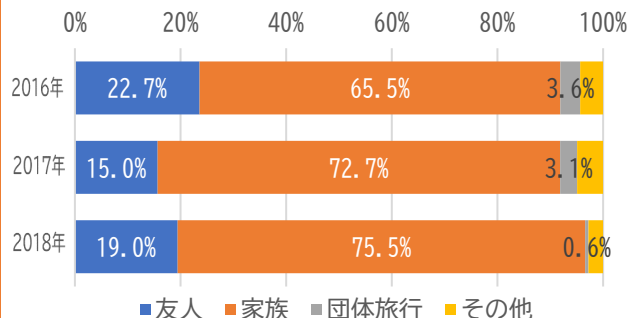
◆どんな交通手段で訪れているの？

マイカーでの来訪がほとんど



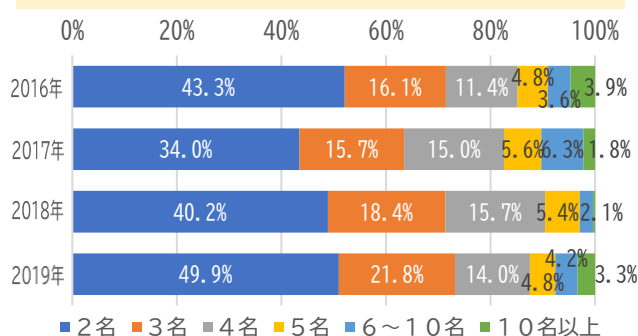
◆誰と一緒に訪れているの？

約7割が家族で来訪



◆何人で訪れているの？

2名～4名での来訪で
8割を占める



【調査内容】

調査期間

2016年度～2019年度

実施方法

「まちの駅うめてらす」にて来訪者に対して、アンケート用紙の設置及びスタッフによる聞き取り調査

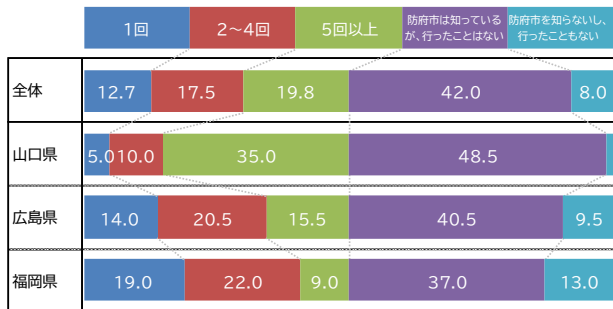
回収サンプル数

2016年度 958 サンプル
2017年度 869 サンプル
2018年度 402 サンプル
2019年度 810 サンプル

(5)WEB アンケート調査の結果からみる本市の観光（詳細については、資料編 p.49を参照）

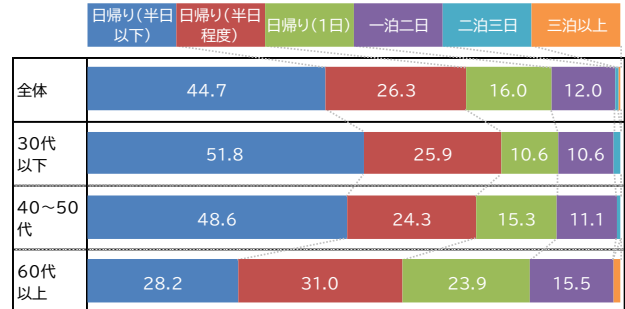
◆本市への来訪回数や認知については？

概ね認知されているが、
約5割は来訪経験がない



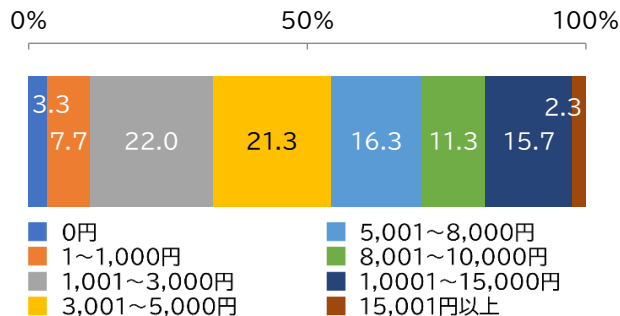
◆本市での滞在時間はどのくらいか？

全体的に7割が日帰りであるが、
60代以上は滞在時間が長い



◆本市での1人あたりの消費はどのくらいか？

8割以上が10,000円以下である

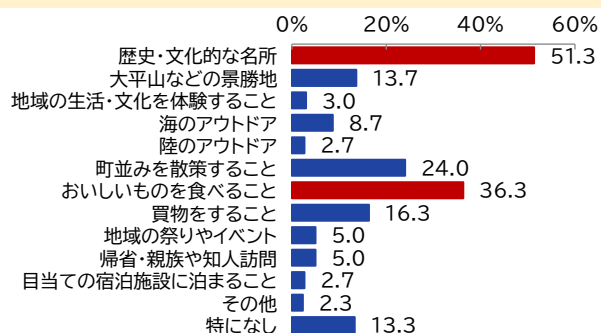


飲食費や土産物代での消費が多い



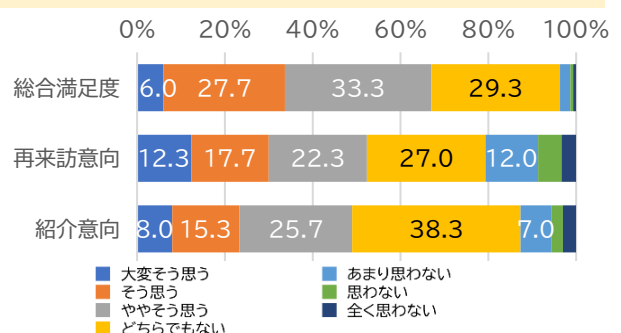
◆何を楽しみに本市に訪れているのか？

「歴史・文化的な名所」「おいしいものを食べること」の割合が高い



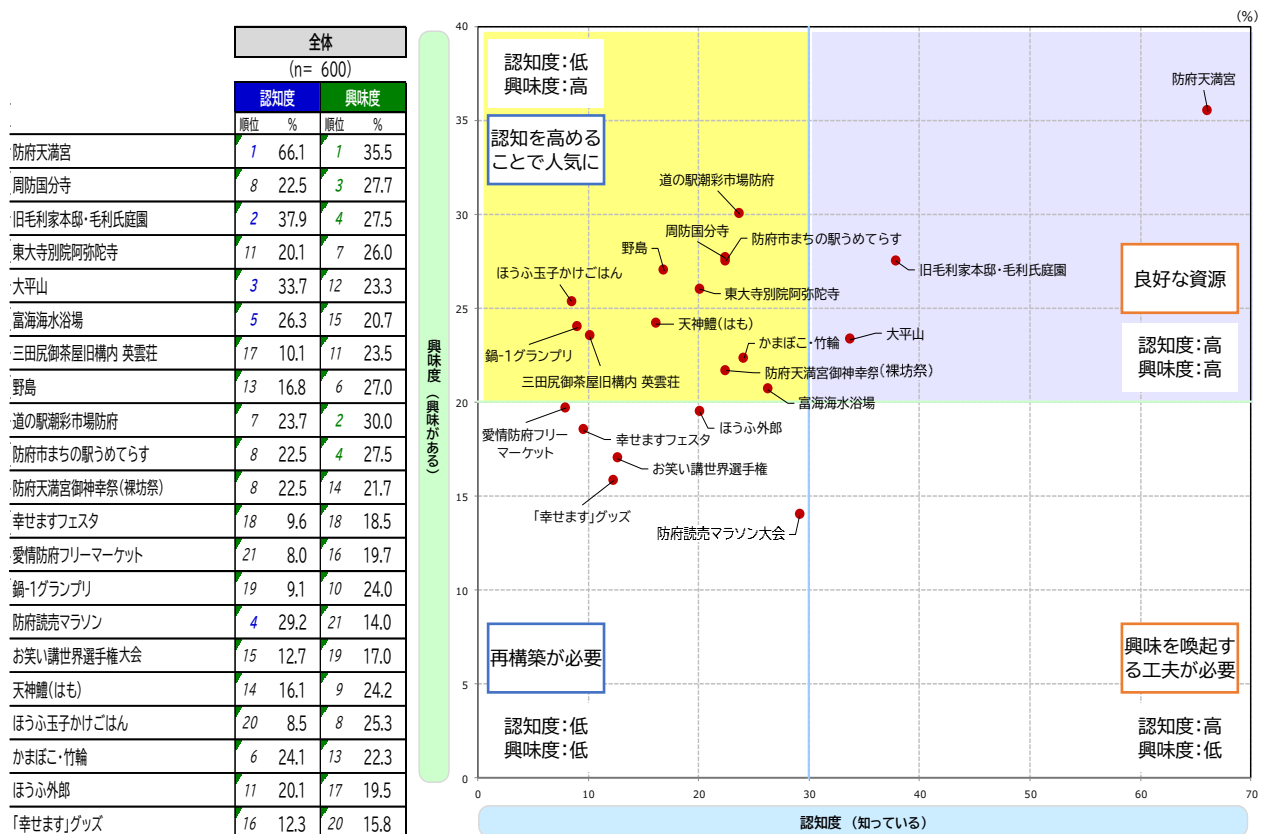
◆本市の観光での滞在の評価は？

約6割が概ね満足し、約半数が再来訪の意向や紹介の意向を示している



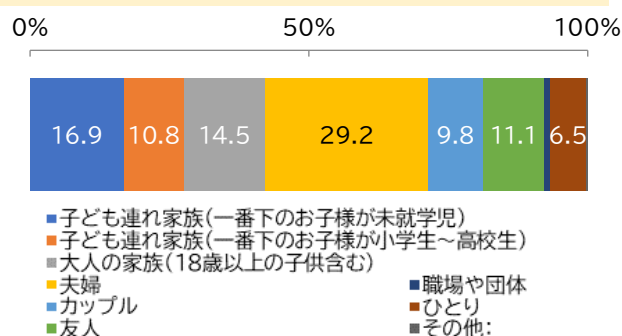
◆本市の観光資源の認知度と興味度は？

防府天満宮は、認知度も興味度も突出して高い、市を代表する資源である。旧毛利家本邸・毛利氏庭園、大平山は、防府天満宮に続く良好な資源であるが、認知度・興味度ともに防府天満宮との差は大きく開いている。防府読売マラソン大会、お笑い講世界選手権、幸せますフェスタなどは、認知度・興味度が低いため、積極的に向上を図る必要がある。



◆本市へ観光に誰と行きたいか？

夫婦(約3割)をはじめ、
約7割が家族での観光を希望



【調査内容】

実施方法

WEB アンケート調査のモニターを対象に調査を実施

回収サンプル数

山口県 200 サンプル
広島県 200 サンプル
福岡県 200 サンプル

※本市来訪経験あり 100 サンプルずつ
本市来訪経験なし 100 サンプルずつ

5 本市の観光に係る現状・課題

新型コロナウイルス感染拡大以前の国、山口県、本市の観光動向等を踏まえ、これから本市で観光地域づくりを進める上での課題を整理します。

現状・課題

- ・ 防府天満宮には、県外から多くの観光客が来ており、認知度も興味度も高く、人気の観光資源となっています。近年、参道周辺の整備により、歴史的な魅力が向上しています。
- ・ その他にも多くの歴史資源を有していることから、防府天満宮を拠点とした他資源への送客、受入環境の強化が求められます。
- ・ また、豊富な自然環境についても今後更なる受入環境の充実による誘客が求められます。
- ・ 交通においては、市外から観光地へのアクセスが不便でマイカーでの来訪が多く、レンタサイクルサービス等が導入されたものの市内の回遊性が低く、更なる地域内交通の利便性の向上や、まち歩きを促す新たな仕掛けの構築が求められます。
- ・ 新型コロナウイルス感染拡大の収束後、国内及び山口県周辺の訪日外国人の回復も見込まれる可能性があります。

- ・ 事業者ヒアリングによると、天神鰻のブランド化のために行われてきた長年の努力が実を結びつつあります。
- ・ 飲食店同士の連携が強く、新型コロナウイルス感染拡大の中においても、「すごいぞ！防府のテイクアウト」などの新しい取組が展開されています。
- ・ 観光客は、「その土地のおいしいものを食べること」に対して高い期待を抱いていますが、まだまだ、本市の食のイメージは希薄であり、観光客の期待に十分に答えられていないのが現状です。

- ・ 多くの地域資源を有するものの、そこでの体験コンテンツが不足しており、「観る」だけの観光に留まっています。近年、モノからコトへの変化があることから、「体験する」観光へと変化していく必要があります。
- ・ 幸せますフェスタなど各季節で多様なイベント等において、市内外からの来訪者を多く迎え入れているものの単発的な取組に留まり、再来訪や消費機会の創出に寄与していない現状も見受けられます。
- ・ 各資源のすばらしさや、本市での過ごし方を伝える情報発信が十分でなく、まだまだ認知不足であることから、ターゲットに合った効果的な情報発信が今後求められます。
- ・ 観光客に来てよかったと思ってもらうためには、観光関連事業者等のおもてなしに加え、本市の地域資源に対する住民の意識を変えていくことも求められます。今後、本市の魅力や観光に関する理解の醸成が必要となります。

項目

観光地

観光客の満足度を高め、滞在時間の延伸や観光消費につなげていくためには、既存施設の魅力向上・活用等が重要となります。魅力的な場を形成することで、魅力的な情報発信にも寄与します。

また、適切な交通体系の整備、駐車場、道路、歩道、標識、看板、トイレ、ベンチ、Wi-Fi の整備など、観光客の多様なニーズに応え、誰もが安全・安心に滞在できるよう受入環境も整備する必要があります。

食

食は、観光と切り離せない、基本的かつ重要な要素です。また、一言に「食」といっても、単に食事や土産品・特産品の購入だけでなく、食を通じた体験、食文化、景観、伝統など、地域性と深い結びつきを持っています。

食を通じて地域性を高め、積極的に伝え、市民はその豊かさを守り、食によって地域と旅行者をつないでいくことが求められます。

おもてなし

観光客が来て良かった、そしてまた来たいと思ってもらえるよう、すべてのシーンにおいて、きめ細かなサービスやホスピタリティで迎えることが重要です。

市内の事業者や市民など、様々な立場から「いかにして観光客に喜んでもらえるか」を常に考え、最上級の心遣いでもてなし、「選ばれる」観光地を目指していく必要があります。